

**Market and Supply Mechanism**  
**(Mekanisme Pasar dan Penawaran)**

Dosen Pengampu: Dr.Renny Oktafia SE.,M.El.

M. Yoni Fajar Misbaghi(191020700138)

Prodi Teknik Industri

Fakultas Saintek

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,

Jl. Raya Gelam No.250, Pagerwaja, Gelam, Kec. Candi, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur  
61271

ABSTRAK

Abstract The market is a mechanism for the exchange of goods and services that nature. The market price is formed by a variety of factors which later formed the demand and supply of goods and services. Consumer demand is influenced by many factors, such as price, consumer income, tastes, expectations and level mashlahah. Quote manufacturers also influenced by many factors, such as mashlahah, profits, and prices. Interaction of supply and demand will establish the balance point can be changed from the demand side or the supply, either due to the deviation of structured and unstructured deviation. Perfectly competitive market can generate a fair price for the seller and the buyer. Therefore, if the market mechanism is interrupted, then the fair price will not be achieved. Islam puts the market at an important position in the economy. And very concerned about the concept of a fair price and perfect market mechanism. So, the role of government is very important to better ensure the activities of market mechanisms as perfect as taking a policy of price intervention that is based on justice. Keywords: Market, mechanisms, Islamic, economics.

Abstract Pasar adalah sebuah mekanisme untuk pertukaran barang dan jasa yang sifatnya alami. Harga pasar dibentuk oleh berbagai faktor yang kemudian membentuk permintaan dan penawaran barang dan jasa. Permintaan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti harga, pendapatan konsumen, selera, harapan dan tingkat mashlahah. Sedangkan penawaran produsen juga dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti mashlahah, laba, dan harga. Interaksi antara penawaran dan permintaan yang akan membentuk titik keseimbangan dapat diubah dari sisi permintaan atau penawaran, baik sebagai akibat dari deviasi terstruktur maupun deviasi yang tidak terstruktur. Pasar persaingan sempurna akan dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Oleh karena itu, jika mekanisme pasar terganggu, maka keadilan harga tidak akan bisa tercapai. Islam menempatkan pasar pada posisi yang penting dalam ekonomi. Dan juga Islam sangat memperhatikan dengan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Maka peranan pemerintah sangat penting untuk lebih menjamin aktivitas mekanisme pasar secara sempurna seperti mengambil kebijakan intervensi harga yang tetap berpijak kepada keadilan. Kata kunci: Mekanisme, pasar, Islam, ekonomi.

## PENDAHULUAN

Salah satu pokok penting dalam fungsi permintaan dan penawaran adalah derajat kepekaan atau elastisitas jumlah barang yang diminta atau yang ditawarkan karena terjadinya perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya.

Pasar adalah lembaga utama untuk mengkoordinasikan pemecahan masalah ekonomi. Interaksi antara Permintaan (Konsumen) dengan Penawaran (Penjual) akan menentukan titik Equilibrium atau keseimbangan antara penawaran dan permintaan atau Harga Pasar.

Mekanisme pasar Menunjukkan interaksi antara pembeli dan penjual dalam menentukan jumlah barang yang akan dijual/dibeli pada berbagai tingkat harga. Kondisi ideal untuk menjawab pertanyaan “barang apa yang akan diproduksi”. Di negara-negara maju hal ini terbukti efektif untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Harga keseimbangan adalah harga dimana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang akan dikonsumsi dan dijual. Perubahan keseimbangan pasar terjadi bila ada perubahan di sisi permintaan atau penawaran.



## Pembahasan

### . Pengertian mekanisme pasar

Mekanisme pasar adalah kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang (jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta). Teori ekonomi standar mengatakan bahwa meskipun pengaruh kelembagaan selain free market bisa saja menghasilkan alokasi yang efisien dan optimal. Dengan kata lain, jika pasar tidak eksis, alokasi sumber daya tidak akan terjadi secara efisien dan optimal. Dalam beberapa hal, mekanisme pasar tidak bisa bekerja secara optimal pada beberapa sumber daya alam.

Pada dasarnya, alokasi barang dan jasa dalam suatu masyarakat dapat dilakukan paling tidak melalui 2 jenis mekanisme. Yaitu melalui mekanisme pasar dan mekanisme birokrasi. Dengan sejumlah kondisi yang disyaratkan, mekanisme pasar dianggap sebagai mekanisme yang dapat mendorong pemakaian sumber daya yang efisien. Namun kegagalan pasar juga bisa terjadi dalam pengalokasian sejumlah barang dan jasa. Ini bisa disebabkan karena adanya public goods beserta eksternalitasnya. Jenis barang dan jasa inilah (beserta mixed goods) yang akan didistribusikan melalui mekanisme birokrasi.

Karena mekanisme pasar yang berbeda, harga pasar yang tercapai pun menjadi berbeda-beda. Kadang-kadang harga yang terbentuk di pasar bisa menyebabkan kerugian bagi konsumen atau bahkan kerugian bagi produsen juga. Oleh karena itu, pemerintah dalam batas-batas tertentu terkadang perlu melakukan intervensi dalam pembentukan harga dengan tujuan harga yang terbentuk tidak akan merugikan konsumen maupun produsen. Hal yang biasanya dilakukan pemerintah antara lain adalah: penentuan harga eceran tertinggi, penentuan harga eceran terendah, penetapan pajak, serta pemberian subsidi.

Mekanisme pasar tidak dapat berfungsi tanpa keberadaan aturan yang dibuat pemerintah. Peranan pemerintah menjadi lebih penting karena mekanisme pasar saja tidak bisa menyelesaikan semua persoalan ekonomi. Untuk menjamin efisiensi, pemerataan dan stabilitas ekonomi, peran dan fungsi negara mutlak diperlukan dalam perekonomian sebagai pengendali mekanisme pasar. Walaupun dalam sistem ekonomi pasar, masalah ekonomi utama diserahkan kepada mekanisme pasar, namun pada beberapa kasus tertentu pemerintah tetap harus campur tangan untuk menghindari kekacauan dalam bidang ekonomi.

### B. Mekanisme pasar yang adil

Pasar dapat memberikan informasi yang tepat, pasar dapat merangsang pelaku usaha untuk melakukan kegiatan ekonomi, pasar mendorong penggunaan faktor-faktor produksi serta pasar memberikan kebebasan yang tinggi kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi.

Disamping kelebihan-kelebihan itu, mekanisme pasar juga memiliki beberapa kelemahan , seperti adanya kebebasan yang tidak terbatas akan menindas golongan-golongan tertentu, kegiatan ekonomi tidak stabil, munculnya kekuatan monopoli, tidak mampu menyediakan beberapa jenis barang secara efisien serta dampak eksternalitas yang merugikan

Salah satu dari kelemahan mekanisme pasar, yaitu monopoli. Islam dengan tegas melarang praktik monopoli dan semua cara kepalsuan untuk mendongkrak harga demi memperbesar keuntungan. Pelarangan ini karena pada umumnya, monopoli menetapkan harga yang lebih tinggi dari hasil produksinya, maka soal eksploitasi banyak sekali dihubungkan dengan gagasan monopoli.

## 1. Sistem Pasar

Dalam sistem pasar apa saja memiliki harga, yang merupakan nilai suatu barang dalam satuan mata uang. Harga mencerminkan kondisi dimana seseorang atau perusahaan bersedia mengadakan tukar menukar secara sukarela . Bila saya membeli sebuah honda bekas dari seorang dealer seharga \$3.150, maka itu berarti Honda bekas itu nilainya lebih tinggi dari \$3.150 untuk saya , dan bagi si dealer nilai \$3.150 lebih tinggi dari nilai Honda bekas tersebut . Dengan uang sejumlah itu, saya tidak bisa memperoleh sesuatu yang lebih bernilai daripada Hoda bekas tersebut. Dan pihak dealer tidak bisa menemukan seorang yang mau membayar Honda bekas lebih mahal. Dan itu merupakan pasar mobil sudah menetapkan harga untuk barang tersebut dan melalui perdagangan atau tukar-menukar secara suka rela , telah mengalokasikan produknya ke orang yang paling membutuhkan dan paling tinggi imbalannya .[\[3\]](#)

Selain itu harga juga merupakan isyarat atau sinyal bagi pihak produsen maupun konsumen . Jika konsumen menghendaki lebih banyak barang misalnya saja –bensin untuk menjalankan mobil-mobil mereka – maka tingkat permintaan bensin dari perusahaan-perusahaan minyak lebih cepat menyusut , mereka segera menaikkan harga untuk mengimbangnya. Dan tingkat harga yang lebih tinggi itu akan merangsang produksi minyak (bensin) yang lebih banyak .[\[4\]](#)

Apa yang berlaku pada pasar barang konsumsi juga akan berlaku pada pada pasar faktor produksi, seperti tenaga kerja. Harga-harga mengkoordinir segenap keputusan para produsen dan konsumen disuatu pasar . Tingkat harga yang lebih tinggi cenderung mengurangi pembelanjaan konsumen dan merangsang kenaikan produksi . Sebaliknya, tingkat harga yang lebih rendah cenderung memperbanyak pembelanjaan konsumen dan menyurutkan produksi . Harga merupakan poros penyeimbang dalam mekanisme pasar.

## 2. Penentuan Harga

### a. Permintaan.

Permintaan adalah keinginan konsumen untuk membeli suatu barang dengan berbagai tingkat harga tertentu dan selama periode waktu tertentu. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang yang terkait.

3. Tingkat pendapatan perkapita.
4. Selera atau kebiasaan.
5. Jumlah penduduk.

b. Penawaran.

Penawaran adalah keinginan produsen untuk menjual(menawarkan) sejumlah barang pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu. Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi penawaran suatu barang yaitu:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang yang terkait.
3. Harga factor produksi.
4. Biaya produksi.
5. Teknologi produksi.

c. Keseimbangan pasar.

Harga keseimbangan adalah harga di mana baik produsen dan konsumen sama-sama tidak ingin menambah dan mengurangi jumlah yang di konsumsi ataupun dijual, atau sering disebut dengan titik keseimbangan atau titik ekuilibrium.[\[5\]](#)

Contoh kasus:

Kasus Pasar Motor Matic.

Permintaan :  $Q_d = 200 - 10P$

Penawaran :  $Q_s = -40 + 5P$

Dimana:  $Q_d, Q_s$  = Ribuan unit per tahun

$P$  = Puluhan juta per tahun

Keseimbangan pasar:

$$Q_d = Q_s$$

$$200 - 10P = -40 + 5P$$

$$240 = 15P$$

$$P = 16$$

$$Q_d = 200 - 10(16) = 40$$

$$Q_s = -40 + 5(16) = 40$$

d. Kegagalan Pasar.

Pasar merupakan alokasi sumber daya yang efisien, namun jika semua asumsinya dapat terpenuhi, antara lain pelaku harus bersifat rasional, memiliki informasi yang sempurna mengenai keadaan pasar, pasar harus berbentuk persaingan sempurna dan barang yang ditawarkan harus bersifat privat. Namun pada kenyataannya apa yang diasumsikan tidak sesuai dengan yang ada di lapangan. Akibatnya kegagalan pasar pun terjadi.

Ada beberapa hal yang menyebabkan kegagalan pasar terjadi, yakni:

#### 1. Informasi tidak sempurna.

Sering kali kita tidak mengetahui tentang kualitas barang yang digunakan, Sebagai contoh saat kita membeli sebuah mobil, untuk memperoleh informasi mengenai mobil itu seringkali kita menyewa seorang ahli mesin yang terpercaya.

#### 2. Daya Monopoli

Sering kali kita jumpai dalam sebuah pasar dimana hanya produsen yang menguasai pasar, hal itu terjadi karena produsen lainnya tidak mampu bersaing dengan produsen tersebut. Kemampuan itu menyebabkan barang yang diproduksi lebih sedikit, sehingga menyebabkan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga di pasar persaingan sempurna.

#### 3. Eksternalitas

Eksternalitas merupakan keuntungan atau kerugian yang dinikmati atau di derita pelaku ekonomi sebagai akibat tindakan pelaku ekonomi yang lain. Sebagai contoh: Limbah yang dihasilkan sebuah pabrik dapat mencemari lingkungan sekitar, dan mengakibatkan kerugian bagi masyarakat sekitar, biaya kerugian tersebut biaya eksternalit

## PERMINTAAN DAN PENAWARAN

### B. PERMINTAAN

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama priode waktu tertentu.

Misalnya; ketika berbicara tentang permintaan pakaian di Sumbawa, kita berbicara tentang berapa jumlah pakaian yang akan dibeli pada berbagai tingkat harga dalam satu priode waktu tertentu, per bulan, atau pertahun di Sumbawa.

#### 1. HUKUM PERMINTAAN

a. “Apabila harga suatu barang atau jasa naik, maka jumlah yang diminta konsumen akan berkurang dan sebaliknya, apabila harga suatu barang atau jasa turun, maka jumlah yang diminta konsumen akan bertambah”.

- b. Dari hukum permintaan tersebut nampak bahwa antara harga dan jumlah barang yang diminta konsumen memiliki hubungan negatif atau berlawanan arah. Artinya apabila harga suatu barang naik, maka jumlah yang diminta akan turun. Mengapa demikian?????
- c. Hal tersebut karena apabila harga suatu barang naik, sementara penghasilan konsumen tidak berubah, maka daya beli konsumen akan menurun, sehingga ia akan mengurangi jumlah barang yang dibeli.

ATAU

- a. Seperti apapun baiknya suatu barang, akan selalu ada barang lain yang dapat menggantikan penggunaannya. Oleh karena itu, apabila harga suatu barang naik, maka konsumen akan cenderung untuk mengurangi konsumsi barang yang harganya naik tersebut dan menggantikannya dengan barang lain yang memiliki kegunaan yang sama atau hampir sama.

## 2. MACAM-MACAM PERMINTAAN

- a. Permintaan potensial atau permintaan absolut yakni permintaan yang tidak didukung dengan daya beli.
- b. Permintaan efektif yakni permintaan yang didukung dengan daya beli.

## 3. PENGGOLONGAN PERMINTAAN DAPAT DIBEDAKAN

- a. Permintaan individual
- b. Permintaan pasar

## 4. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang terkait
- c. Tingkat pendapatan perkapita
- d. Selera atau kebiasaan
- e. Jumlah penduduk
- f. Perkiraan harga di masa mendatang
- g. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan.

- a. Harga barang itu sendiri

- 1. Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah.

2. Hal ini akan membawa kita ke hukum permintaan “bila harga suatu barang naik, maka jumlah barang itu yang diminta akan berkurang, dan sebaliknya.

b. Harga barang lain yang terkait

1. Harga barang lain juga mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (pelengkap)
2. Contoh barang substitusi: daging ayam=daging sapi, ikan=tempe
3. Contoh barang pelengkap: mobil=bensin

c. Tingkat pendapat perkapita

Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

d. Selerah atau kebiasaan

1. Selerah atau kebiasaan juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang.
2. Misalnya: walaupun harga sama, permintaan beras di provinsi Maluku lebih rendah dibanding dengan Sumatra Utara. Mengapa? Karena orang Maluku lebih menyukai sagu, sebaliknya orang Sumatra Utara selain lebih menyukai beras, ada kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras, terutama dikalangan masyarakat Batak, pada saat acara pernikahan.

e. Jumlah penduduk

Kita ambil contoh beras lagi

Sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan beras makin banyak.

f. Perkiraan harga di masa mendatang

Bila kita memperkirakan bahwa suatu barang akan naik, adalah lebih baik membeli barang itu sekarang, sehingga mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat belanja di masa mendatang.

g. Distribusi pendapatan

Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai “kue”



perekonomian. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun

h. Usaha-usaha produsen meningkat penjualan

1. Bujukan para penjual untuk membeli barang besar sekali peranannya dalam mempengaruhi masyarakat.
2. Misalnya: lewat iklan, pemberian hadiah, dan pemberian potongan harga.

C. PENAWARAN

1. Penawaran adalah jumlah barang yang produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu.
2. Konsep. Penawaran mencerminkan perilaku produsen dalam menjual barang atau jasa tertentu yang tunduk pada hukum penawaran dan asumsi ceteris paribus yang mendasarinya.

D. HUKUM PENAWARAN

1. “apabila harga suatu barang atau jasa naik, maka jumlah yang ditawarkan produsen akan bertambah dan sebaliknya, apabila harga suatu barang atau jasa turun, maka jumlah yang ditawarkan produsen juga akan berkurang.
2. Dari hukum penawaran tersebut nampak bahwa antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan produsen memiliki hubungan positif atau searah.
3. Artinya apabila harga suatu barang naik, maka jumlah yang ditawarkan akan naik. Mengapa demikian?????
4. Hal tersebut terjadi karena produsen selalu dianggap ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
5. Artinya apabila harga suatu barang naik, maka jumlah yang ditawarkan akan naik. Mengapa demikian?????
6. Hal tersebut terjadi karena produsen selalu dianggap ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

E. MACAM-MACAM PENAWARAN

1. Penawaran individual artinya dilakukan oleh perseorangan
2. Penawaran pasar artinya penjumlahan dari penawaran-penawaran secara individual.

#### F. Kurva penawaran

| Harga per unit (P)<br>(Rp) | Jumlah Beras Yang Akan<br>Ditawarkan (Q) (Kg) |
|----------------------------|---|
| 3.500                      | 100   |
| 3.750                      | 150   |
| 4.000                      | 200   |
| 4.250                      | 250   |
| 4.500                      | 300   |
| 4.750                      | 350   |

#### G. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENAWARAN:

##### 1. Harga barang itu sendiri

Jika harga suatu barang naik, maka produsen cenderung akan menambah jumlah barang yang dihasilkan. Hukum penawaran menyatakan “Semakintinggi harga suatu barang, ceteris paribus, semakin banyak jumlah barang tersebut yang ingin ditawarkan oleh penjual dan sebaliknya.”

##### 2. Harga barang lain yang terkait

Secara umum dapat dikatakan bahwa apabila harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang akan bertambah, dan sebaliknya. Sedangkan untuk barang komplemen, dapat kita nyatakan bahwa apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran suatu barang berkurang, dan sebaliknya.

##### 3. Harga faktor produksi

Kenaikan harga faktor produksi, seperti tingkat upah yang lebih tinggi, harga bahan baku yang meningkat, atau kenaikan tingkat bunga modal, akan menyebabkan perusahaan memproduksi output-nya lebih sedikit dengan jumlah anggaran yang tetap. Kenaikan harga faktor produksi ini juga akan mengurangi laba perusahaan.

##### 4. Biaya produksi

Bila biaya produksi meningkat, maka produsen akan mengurangi hasil produksinya, berate penawaran barang itu berkurang.

#### 5. Teknologi produksi

Kemajuan teknologi menyebabkan penurunan biaya produksi, dan menciptakan barang-barang baru. Dalam hubungannya dengan penawaran suatu barang, kemajuan teknologi menyebabkan kenaikan dalam penawaran barang.

#### 6. Jumlah pedagang / penjual

Apabila jumlah penjual suatu produk tertentu semakin banyak, maka penawaran barang tersebut akan bertambah.

#### 7. Tujuan perusahaan

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba, bukan memaksimalkan hasil produksinya. Akibatnya, tiap produsen tidak berusaha untuk memanfaatkan kapasitas produksinya secara maksimum, tetapi akan menggunakan pada tingkat produksi yang memberikan keuntungan maksimum. Sedangkan BUMN, misalnya, lebih mementingkan mencapai tingkat produksi yang maksimum (agar tingkat kemakmuran masyarakat meningkat), dan bukan keuntungan yang maksimum. Dengan demikian penawaran suatu barang dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai produsen.

#### 8. Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi penawaran suatu barang. Di Indonesia, beras merupakan makanan utama. Kebijakan pemerintah untuk mengurangi impor beras dan meningkatkan produksi dalam negeri guna tercapainya swasembada beras, menyebabkan para petani menanam padi tertentu yang memberikan hasil banyak setiap panennya. Kebijakan ini jelas menambah supply beras dan keperluan impor beras dapat dikurangi.

## H. Macam-macam Faktor-faktor produksi

### 1. Faktor produksi alam

Faktor produksi alam atau sumber daya alam adalah semua kandungan alam yang dapat digunakan dalam proses produksi. Contoh : tanah, air, udara, tumbuh-tumbuhan, hewan dan lain sebagainya.

### 2. Faktor produksi tenaga kerja

Faktor produksi tenaga kerja merupakan pelaksana dalam kegiatan produksi. Pada umumnya faktor produksi tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan sifat kerja dan kualitas hasil kerja. Faktor produksi alam dan tenaga kerja disebut [faktor produksi](#) asli.

#### Macam-macam tenaga kerja

##### a. Berdasarkan sifat kerja

- Tenaga kerja jasmaniah : tenaga kerja yang mengandalkan kekuatan fisik (otot), seperti tukang becak, tukang batu, sopir dan penjaga malam.
- Tenaga kerja rohaniyah : tenaga kerja yang didasarkan perasaan atau pikiran : guru, peneliti, pengacara, penceramah dan lain lain.

##### b. Berdasarkan kualitas kerja

- Tenaga kerja terdidik : Tenaga yang memerlukan pendidikan sebelum berperan dalam kegiatan produksi. Contoh, dokter, guru, dokter.
- Tenaga kerja terlatih : Tenaga kerja yang sebelumnya harus mengikuti latihan terlebih dahulu sebelum mengikuti proses produksi. Contoh : sopir, penjahit, montir, dan lain sebagainya.
- Tenaga kerja kasar atau tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terlatih : Tenaga kerja yang tidak memerlukan pendidikan atau pelatihan terlebih dahulu, seperti kuli bangunan, pesuruh, tukang parkir, tukang sapu dan lain sebagainya.

### 3. Faktor produksi modal

Pengertian dari faktor produksi modal adalah semua hasil produksi manusia yang akan digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. Contoh ; uang, mesin, alat pertanian, alat transportasi dan lain sebagainya. Barang-barang modal disebut juga dengan alat-alat produksi.

Dalam pembahasan selanjutnya modal akan dikelompokkan berdasarkan waktu penggunaan pemilik (subyek), bentuk, wujud dan alat (sumber).

a. Berdasarkan waktu penggunaannya : modal dapat dibagi menjadi dua macam yaitu:

- Modal tetap : modal yang tetap dan dapat digunakan beberapa kali dalam proses produksi. Contoh, gedung, pabrik, mesin-mesin, traktor, dan lain sebagainya.
- Modal lancar : modal lancar dapat digunakan hanya dalam satu kali proses produksi. Contoh : bahan baku, bahan penolong, bahan bakar, dan lain sebagainya.

b. Berdasarkan pemiliknya

Berdasarkan pemiliknya modal dapat dibagi menjadi dua juga, yaitu sebagai berikut :

- Modal individu : Modal individu dimiliki oleh perseorangan dan akan memberikan hasil pada yang memilikinya. Contoh : bunga tabungan, sewa rumah, dan tempat kos.
- Modal kelompok (sosial) : Modal kelompok dimiliki secara bersama oleh masyarakat dan memberikan manfaat bagi orang banyak. Contoh : rumah sakit, puskesmas, jalan raya, lapangan sepak bola, gedung serbaguna dan lain sebagainya.

c. Berdasarkan bentuknya

Berdasarkan bentuknya, modal dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

- Modal nyata : Modal nyata dapat berupa barang yang dapat digunakan dalam proses produksi
- Modal abstrak : Modal dapat dilihat dan tidak dapat diraba namun mempunyai nilai dalam produksi dan hasilnya dapat dirasakan. Contoh : kepandaian, pengetahuan, keahlian dan lain-lain.

d. Berdasarkan sumbernya

Berdasarkan sumbernya, modal dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

- Modal sendiri : Modal yang bersumber dari pemiliknya sendiri atau dari penyisihan keuntungan yang diperoleh
- Modal pinjaman : Modal yang bersumber dari pinjaman dari pihak lain, yaitu berupa hutang.

4. Faktor produksi kewirausahaan

Keberadaan faktor produksi alam, tenaga kerja, dan modal belum dapat menjamin terlaksananya suatu proses produksi, tanpa adanya pihak yang mengelolanya. Pihak yang mempunyai kemampuan untuk mengelola ketiga faktor produksi tersebut adalah kewirausahaan.

Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk dapat mengkombinasikan faktor-faktor produksi alam, tenaga kerja, dan modal untuk menghasilkan barang atau jasa dalam usahanya memperoleh keuntungan. Faktor produksi modal dan kewirausahaan disebut dengan faktor produksi turunan.

Kemampuan yang harus dimiliki seorang pengusaha, antara lain :

- Perencanaan (*planning*) : Kemampuan ini mencakup penetapan tujuan dan penentuan strategi
- Pengorganisasian (*Organizing*) : Kemampuan ini mencakup pembagian tugas dan wewenang, mengatur hubungan dan tanggung jawab.
- Pengarahan (*directing*) : Kemampuan ini mencakup dorongan dan bimbingan serta pengawasan terhadap pelaksanaan pekerjaan.
- Pengawasan (*Controlling*) : Kemampuan ini mencakup pengukuran dan penilaian hasil pekerjaan agar sesuai dengan perencanaan.



## BAB III

### KESIMPULAN

Mekanisme pasar adalah kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang(jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta).

1. Pasar dapat memberikan informasi yang tepat , pasar dapat merangsang pelaku usaha untuk melakukan kegiatan ekonomi ,pasar mendorong penggunaan faktor-faktor produksi serta pasar memberikan kebebasan yang tinggi kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi.
2. sistem pasar apa saja memiliki harga, yang merupakan nilai suatu barang dalam satuan mata uang . Harga mencerminkan kondisi dimana seseorang atau perusahaan bersedia mengadakan tukar menukar secara sukarela .
3. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.
4. Sedangkan pengertian penawaran yaitu sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu.



## DAFTAR PUSTAKA

Rahmi, A. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 4(2), 177-192.

Gunarsih, T., Handayani, W., & Wijayanti, L. E. (2014). Pengaruh Pengungkapan Intellectual Capital dan Kepemilikan Institusi Terhadap Underpricing pada Penawaran Umum Perdana. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 85-101.

Perdana, A. A. (2001). Peranan 'kepentingan' dalam mekanisme pasar dan penentuan kebijakan ekonomi di Indonesia. *Economics Working Paper Series*.

Hidayatullah, I. (2019). Peran Pemerintah dalam Stabilitas Ekonomi Pasar. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 183-208.

Marlina, E., & Ruhiat, D. (2018). Penerapan sub pokok fungsi pada matematika ekonomi terhadap fungsi permintaan dan fungsi penawaran. *AKURAT[ Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 9(2), 90-96.

Marentek, T. K. W. Y., & Febryiantoro, M. T. (2018). Penentuan Fungsi Linear yang Ideal Pada Model Ekonomi Fungsi Penawaran. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 11-24.

